

ABSTRAK

Wulan Permatasari : Perilaku Konsumtif dalam Belanja *Online* via Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa (Studi Kasus Mahasiswi Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung Angkatan 2016)

Belanja *online* merupakan salah satu aktivitas yang sering dilakukan ketika mahasiswa mengakses media sosial instagram. sebagai media sosial yang efektif untuk menyebarkan nilai-nilai gaya hidup, mode, dan citra, instagram telah menciptakan perubahan dalam perilaku konsumsi mahasiswa, yaitu kini mahasiswa memiliki perilaku konsumtif yang berlebihan, membeli barang bukan karena nilai kemanfaatannya namun karena nilai tanda yang dibentuk serta diarahkan oleh iklan dan mode melalui instagram. Sehingga dikhawatirkan perilaku konsumtif ini akan berdampak negatif pada mahasiswa, seperti menggunakan uang saku dari orang tua untuk membeli hal-hal yang kurang bermanfaat bagi mahasiswa.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa untuk melakukan belanja *online* via media sosial instagram, serta perilaku konsumtif dalam belanja *online* via media sosial instagram di kalangan mahasiswa.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Jean Baudrillard tentang masyarakat konsumsi. Konsumsi menurut baudrillard adalah tindakan sistematis dalam memanipulasi tanda, dan untuk menjadi objek konsumsi, objek harus mengandung atau bahkan menjadi tanda. Sehingga dalam hal ini masyarakat mengonsumsi bukan karena nilai guna, tapi semata-mata karena objek dan tanda.

Penelitian ini menggunakan studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Sumber data primer didapatkan dari hasil wawancara mendalam pada mahasiswi jurusan sosiologi FISIP UIN Bandung angkatan 2016 dengan jumlah informan sebanyak 15 orang, sedangkan data sekunder diperoleh dari sumber bacaan dan dokumen-dokumen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, studi kepustakaan dan dokumentasi, penelitian ini dilakukan di Jurusan Sosiologi FISIP UIN Sunan Gunung Djati Bandung.

Hasil penelitian didapatkan bahwa faktor mahasiswa melakukan belanja *online* via media sosial instagram diantaranya : 1.) Kebudayaan, dimana adanya kebiasaan penggunaan media sosial instagram telah mengakibatkan mahasiswi tertarik untuk melakukan belanja *online*, 2.) Sosial, yaitu adanya pengaruh dari lingkungan sekitar seperti teman maupun kerabat yang merekomendasikan untuk melakukan belanja *online* via media sosial instagram, 3.) Personal, yaitu keinginan mahasiswi untuk senantiasa menjaga penampilan dan tidak ingin ketinggalan *trend* yang sedang berlaku pada masa kini. Adapun perilaku konsumtif mahasiswi dapat dilihat dari : 1.) Nilai guna dalam belanja *online* via media sosial instagram yaitu mahasiswi menganggap aktivitas belanja menjadi lebih efektif, 2.) Nilai tanda dalam belanja *online* via media sosial instagram dapat diketahui karena mahasiswi melakukan belanja disebabkan adanya iming-iming hadiah/diskon, belanja karena keinginan bukan kebutuhan, serta terpengaruh oleh iklan.